

**SERVICIO AL CLIENTE, PROPUESTA Y EVIDENCIAS APLICADAS EN LA
EMPRESA TORRES GUARIN ASESORES DE SEGUROS**

**RAFAEL DURAN MORA
2007222112
ESTUDIANTE DE GRADO**

**MERCEDES MARTINEZ
TUTORA**

**PRESENTADO A:
DIRECCIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTA MARTA D.T.C.H
OCTUBRE-2017**

INDICE

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVO ESPECIFICO	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
SERVICIO AL CLIENTE	6
EL CLIENTE	7
EL SERVICIO AL CLIENTE.....	8
PETICIONES QUEJAS Y RECLAMOS	11
EL ICEBERG DE LAS QUEJAS	12
PRODUCTO EMPRESARIAL VS SERVICIO EMPRESARIAL	14
RETIROS.....	15
CONCLUSIONES	16
JUSTIFICACIÓN	16
GENERALIDADES DE LA EMPRESA	18
MISIÓN	18
VISIÓN	18
CERTIFICACIÓN	19
VALORES INSTITUCIONALES	19
LEALTAD	19
HONESTIDAD.....	20
ÉTICA.....	20
RESPETO	20
RESPONSABILIDAD.....	20
NUESTRAS CEDES	20
NUESTROS SERVICIOS	21
NUESTROS ALIADOS	21
CONVENIOS DE PAGO	22
DESCRIPCION DETALLADA DEL PROCESO Y DE LOS SUB PROCESOS SELECCIONADOS PARA APLICAR EL TRABAJO	22

.....	22
GESTIÓN DE PÓLIZAS SURA EMPRESARIOS.....	23
DIAGNÓSTICO	25
PROPUESTA.....	27
DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	28
RESULTADOS DE DESARROLLO DE LA PROPUESTA	31
Bibliografía	40

INTRODUCCIÓN

En el actual trabajo se presentara una estrategia de mejora, desarrollada y aplicada según conocimientos previos académicos más lecturas de autores acordes al proceso que se aplicó con resultados positivos para la organización, de lo cual se pudo evidenciar en los resultados presentados, y que sirvió como peldaño a tener en cuenta en un proceso de ascenso.

En la organización TORRES GUARIN asesores de seguros, en su rama de seguros de vida SURA empresarios, específicamente con las empresas afiliadas, en donde se tomara como base el servicio al cliente fuera de las instalaciones de la empresa, es decir; dentro del entorno laboral del asegurado, por medio de estrategias fundamentadas en teorías administrativas, que ayudaran a mantener los clientes y sus pagos por primas, aumentar y mejorar la cartera actual de seguro de vida empresarios suramericana y generar un mayor reconocimiento de la marca a nivel empresarial.

En las décadas del siglo xx muchas empresas se subieron al carro del servicio, invirtiendo en iniciativas de servicio y promoviendo la calidad en el servicio, como formas para la ventaja competitiva, en efecto una dedicación al servicio de calidad ha sido la base del éxito para las empresas (Zeithaml, Mary Bitner, & Dwayne D. Gremler, 2009, pág. 11)

De lo anterior, podemos anotar la importancia del servicio al cliente como valor agregado en una compañía, el cual en su respectivo momento se convierte en una ventaja competitiva, por tal motivo se estarán investigando maneras y formas para prestar un buen servicio al cliente, revisando aportes de autores y aplicándolos para desarrollar métodos de gestión asertiva de PQR, ya que dentro de la estructura del servicio de la compañía TORRES GUARIN, se maneja

recaudo correspondiente a clientes que laboran en empresas y pagan una prima mensual por nuestros servicios, lo que a su vez genera el derecho de tener un servicio de calidad que se adecue a sus necesidades.

Siguiendo con lo anterior, tenemos los horarios laborales, lo cual por su naturaleza no permite la asistencia a las instalaciones para aclarar dudas o mejorar sus servicios y en ultimas deciden retirarse alno contar con una asesoría personal disminuyendo nuestra cartera.

Teniendo en cuenta lo anterior mencionado, se implementara un fortalecimiento de clientes en frio¹, para así evitar malos entendidos con el fin de mantener estable la cartera, mejorar nuestra imagen y generar nuevas ventas, por medio de un servicio al cliente integral.

OBJETIVO ESPECIFICO

- ✓ Mantener y aumentar la cartera actual de las pagadurías y asegurados de suramericana de seguros, por medio de un servicio al cliente integral, disminuyendo las PQR y mejorando así nuestra imagen corporativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Disminuir los retiros de asegurados, por medio de visitas personalizadas.
2. Solucionar PQR en frio, usando información de pólizas actuales.
3. Actualizar los beneficios del asegurado, mediante actualización de beneficios.
4. Vender seguros a nuevos empleados de pagadurías, partiendo de las buenas experiencias de los empleados actuales con nuestro servicio.

¹ Contactar un cliente sin previo aviso

² Del sitio web de la REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, <http://dle.rae.es/?id=XhmNpPs>

³ Del sitio web de la REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, <http://dle.rae.es/?id=9SnxU0N>

SERVICIO AL CLIENTE

El servicio es parte fundamental de toda persona o ente para su desarrollo y buen funcionamiento, así que sea positivo o negativo, todos prestamos servicio en el algún momento de nuestra existencia, lo que puede ser de buena o mala referencia para terceros, esto se ve con más relevancia en las empresas por parte de sus usuarios.

Según el diccionario de la real academia española, define servicio como: “Estar al servicio o disposición de alguien”², En pocas palabras disponer de soluciones para ese “alguien” que nos necesita, teniendo en cuenta que las soluciones ofrecidas nos darán un juicio de la veracidad y calidad del servicio.

Teniendo en cuenta lo anterior, juntamos la definición mencionada con su complemento que es el “cliente” y tenemos que:

Según el diccionario de la real academia española un cliente es “Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.”³

Es decir que no existiría servicio sin clientes, por tal motivo es de vital importancia mantener al cliente con un buen servicio, debido a que sin los clientes no existen ventas de productos o servicios, además quien genera reconocimiento y valor a la marca son los buenos comentarios, experiencias, referidos, entre otras vivencias generadas por medio del servicio al cliente, o como alguien dijo “porque un artista solo no puede conservar su valor”

² Del sitio web de la REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, <http://dle.rae.es/?id=XhmNpPs>

³ Del sitio web de la REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, <http://dle.rae.es/?id=9SnxU0N>

EL CLIENTE

Para definir de manera más clara y consistente el significado que tiene el cliente dentro de cualquier organización, miraremos el siguiente aporte, que nos explicara las características, cualidades entre otros aspectos que ayudaran a poder determinar su importancia.

¿Quién es el cliente?

El cliente es la persona más importante en cualquier negocio, un cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él.

Un cliente no es una interrupción de nuestro trabajo, es su objetivo.

Un cliente no hace un favor cuando llega, no le estamos haciendo un favor atendiéndolo.

Un cliente es la parte esencial de nuestro negocio, no es ningún extraño.

Un cliente no solo es dinero en la registradora, es un ser humano y por lo tanto merece un tratamiento respetuoso.

Un cliente merece la atención más comedida que podamos darle, el paga su salario y sin el tendríamos que cerrar las puertas, no lo olvide nunca. (Karl Albrecht & Lawrence J. Bradford, 1992, pág. 19)

Debido a las anteriores definiciones, se entiende que todos los esfuerzos, ganas y dedicación se deben direccionar hacia la percepción del cliente, las opiniones del cliente y su satisfacción, con el fin de mantenerlo dentro de la organización generándonos ingresos y convirtiéndolo en voz a voz de nuestra empresa que genere nuevos clientes.

Por esta razón, encontramos la importancia de tener a un cliente satisfecho con el servicio esperado, antes que nada tenemos que entender al cliente como un ente informativo, por tal

motivo clientes felices atraen más clientes, clientes insatisfechos alejan clientes potenciales y dañan la imagen la empresa.

De lo anterior, podemos afirmar que el cliente es un vendedor más de la empresa, puesto que ofrecerá y compartirá nuestros servicios a conocidos y familiares cuando se presente la ocasión del tema, pero de la misma manera puede ser un gestor de mala reputación, pensemos entonces... ¿qué será más valioso?... ¿Que yo hable bien de mí?...o Que ¡otros hablen bien de mí!

EL SERVICIO AL CLIENTE

El sector de los servicios se ha constituido desde hace varias décadas en factor fundamental del desarrollo y crecimiento de los países, de tal manera que el cliente es (o debe ser) el punto focal de las decisiones y actividades de la organización. (Guerrero German Rubio & Uribe Macias Mario Enrique, 2013, pág. 25)

Por consiguiente, Desde el negocio informal más pequeño del mercado hasta las grandes multinacionales, deben enfocarse en la percepción que tiene los usuarios o compradores del servicio recibido, pues es éste quien fideliza y da crecimiento a la organización.

Teniendo en cuenta lo anterior, se debe prestar un servicio adicional a su producto con el fin de fidelizar clientes y aumentar sus ingresos, definimos de la siguiente manera el servicio al cliente.

Como la calidad del pastel que se coloca ante el cliente, sin embargo, el concepto de servicio al cliente ha de extenderse aún más para también “la cobertura que se le pone por

encima del pastel” es el motivo de que las empresas estén dedicando tanta atención a éste decorativo extra. (Leppard John & Molyneux Liz, 2003)

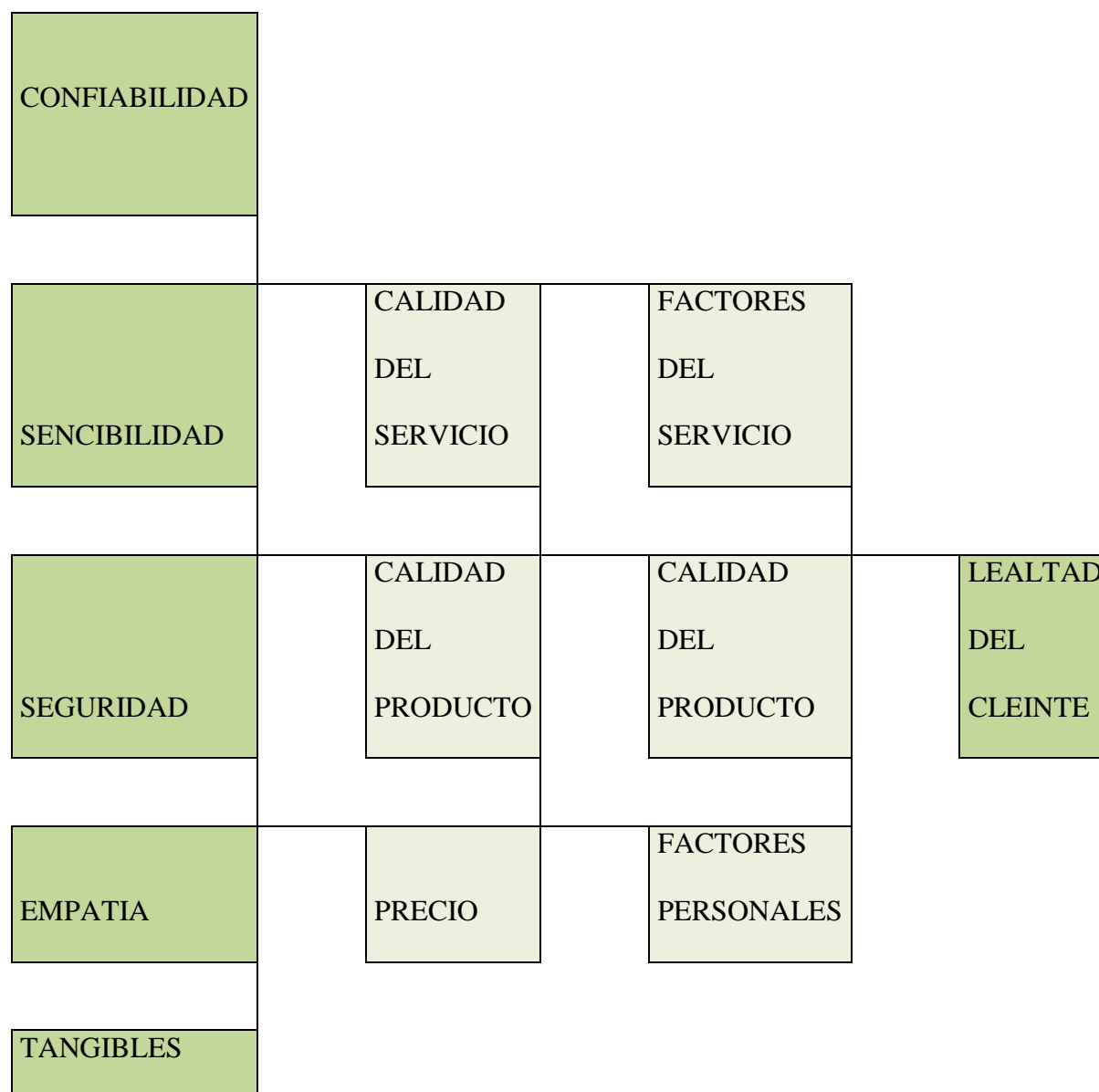
Es decir, que no es suficiente dar al cliente lo que el compra o necesita, es de vital importancia colocar mucha dedicación y esmero para lograr una buena experiencia de compra y recordación de la marca, debido a que luego de la compra, ya sea en el camino o en casa el cliente segué detallando cada uno de los momentos ocurridos en la interacción cliente-vendedor.

Teniendo en cuenta lo anterior, no basta con solo tener un producto desarrollado con buenos estándares o presentar un portafolio completo de necesidades, porque el servicio va de la mano con el cliente y en muchas ocasiones el servicio vende más que el mismo producto , así que

“El servicios un conjunto de prestaciones adicionales al producto o servicio principal de la empresa, que el cliente espera recibir en contraprestación al precio de pago y dada la reputación de la organización que lo presta”. (Guerrero German Rubio & Uribe Macias Mario Enrique, 2013, pág. 17)

Entendemos de lo citado anteriormente, que en ultimas el cliente paga por las relaciones afectivas que generen una satisfacción del momento presente y futuro, y que a su vez afiance el lema con el cual la empresa se da a conocer,

En consecuencia a todo lo mencionado anteriormente se resume el servicio al cliente de la siguiente manera:



(Zeithaml, Mary Bitner, & Dwayne D. Gremler, 2009, pág. 103)

Según la ilustración anterior, podemos resumir que los primeros cinco recuadros nos muestran las características emocionales, verbales y visuales que se deben tener en cuenta durante el servicio al cliente y la venta, los cuales van directamente al razonamiento del cliente para luego ser juzgados, los segundos tres recuadros generan la impresión que tiene el cliente del servicio prestado en primera instancia, siendo así un conjunto de factores percibidos que hacen que se genere la compra, mas sin embargo esto no garantiza que el

cliente permanezca en el tiempo siendo fiel a la marca, por lo que los otros tres recuadros corresponden al juicio y opinión que el cliente tiene al reflexionar luego de que su necesidad de compra fue realizada, es decir, cuando su mente está dispuesta a analizar el momento de la compra vs el momento después de la compra.

A Consecuencia de lo relacionado en el párrafo anterior, el cliente tomara la decisión de ser o no ser fiel a la marca, pero cabe aclarar que un cliente leal y satisfecho se convierte en un canal de distribución de buenas opiniones y de referidos para la organización.

Para terminar se resume de la siguiente manera:

“El servicio al cliente es un proceso multidimensional, dinámico y complejo, que incluye actividades cognitivas, afectivas y conductuales” (Guerrero German Rubio & Uribe Macias Mario Enrique, 2013, pág. 19)

PETICIONES QUEJAS Y RECLAMOS

Ninguna empresa se encuentra absuelta de recibir algún tipo de requerimiento por parte del cliente, ya sean quejas, reclamos o peticiones, pero lo que sí se puede es disminuir la naturaleza de las mismas por medio del estudio del cliente

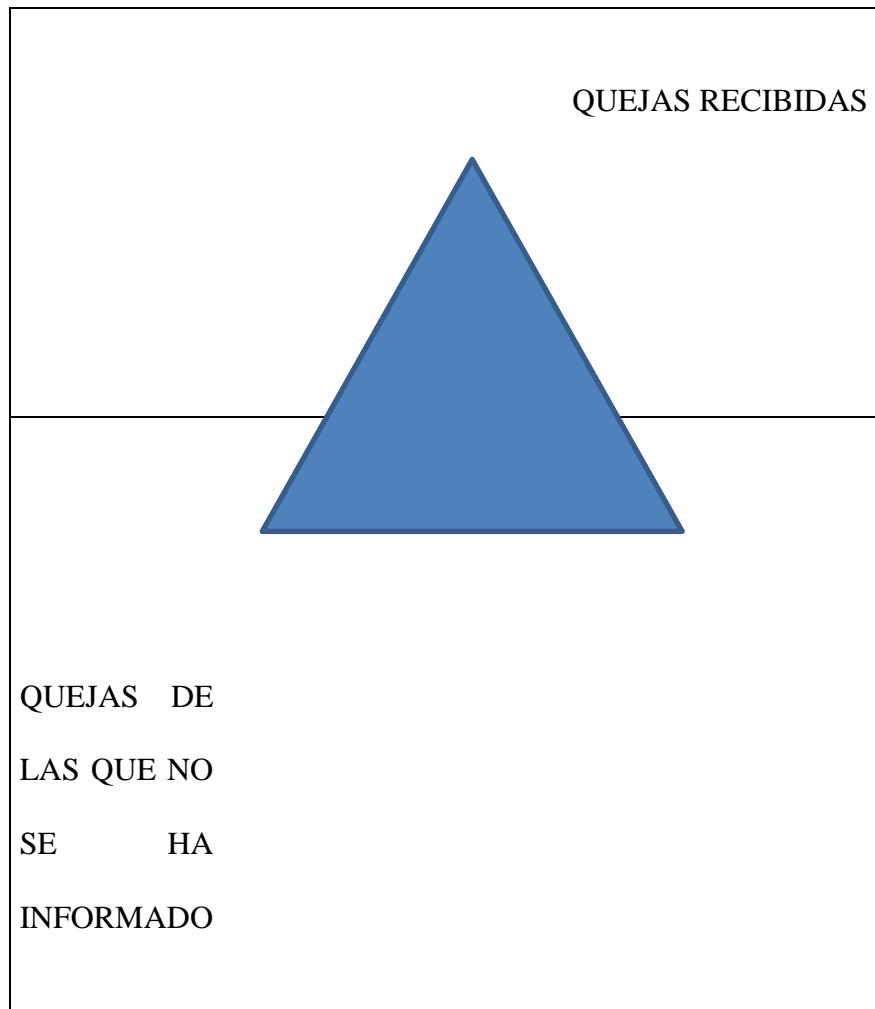
“Según la norma ISO 9000:2000, define la satisfacción como la percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, necesidades o expectativas”

De lo anterior se entiende, que según el grado de satisfacción, asimismo será la cantidad de requerimientos generados por los clientes, por tanto es de suma importancia conocer los pensamientos y los comentarios que se generan en el servicio.

Para empezar, se debe tener en cuenta la experiencia post venta del cliente, porque aunque en el momento de la venta se generen opiniones, es con el pasar del tiempo donde se forman los juicios del cliente

Tengamos en cuenta la siguiente

EL ICEBERG DE LAS QUEJAS



“Algunas empresas hacen poco por mejorar su servicio al cliente porque desconocen el hecho de que necesitan hacerlo, siguen adelante con una ignorancia bendita, creyendo que lo que hacen es suficientemente bien de acuerdo a cualquier estándar” (Leppard John & Molyneux Liz, 2003, pág. 114)

Es de mucha importancia hacer una investigación del mercado del clientes que se tiene, con el fin de identificar las opiniones negativas que no se mencionan a la empresa, y que son informadas a terceros creando un teléfono roto de mala información sobre el servicio de la empresa perjudicando la imagen de la empresa, y en ultimas esas quejas también sirven de anclaje para la competencia.

Para el segundo punto tenemos la investigación de la percepción del cliente y de sus opiniones por medio de la entrevista.

“La ventajas intrínsecas de la investigación con entrevista consiste en que tenemos un cliente cálido, vivo, que respira, cuyas percepciones se pueden detectar al instante” (Karl Albrecht & Lawrence J. Bradford, 1992, pág. 121)

Cuando el cliente se encuentra realizando la compra, sus sentidos están orientados a satisfacer su necesidad de conseguir lo proyectado, pero pasando el tiempo y con la necesidad de compra realizada, los sentidos se enfocan en analizar las instalaciones físicas, la forma de vestir del vendedor, las características del producto y el servicio complementario a la venta, y es ahí donde identificamos reflexiones del cliente.

Para terminar, se debe tener en cuenta que dependiendo de la satisfacción del cliente depende la cantidad de PQR que se generen, porque en ultimas.

“Los clientes son los árbitros finales de la calidad, es esencial que la empresa mantenga una cierta clase de dialogo con ellos y que escuche lo que dicen” (Leppard John & Molyneux Liz, 2003, pág. 94)

PRODUCTO EMPRESARIAL VS SERVICIO EMPRESARIAL

Las empresas ofrecen tangibles y no tangibles, entendiendo que los tangibles corresponden a los productos procesados y visibles como los alimentos, textiles, construcción, ensamblado. Entre otros, mientras que los no tangibles a simple vista no se pueden ver ni tocar, tales como los seguros, servicios de salud, asesorías jurídicas entre otras.

Debido a lo anterior,

Cuando compran bienes, los consumidores usan fuentes personales y no personales, porque ambas transmiten en forma efectiva información sobre las cualidades de búsqueda, sin embargo cuando compran servicios, los consumidores buscan y se basan en mayor grado en fuentes personales (Zeithaml, Mary Bitner, & Dwayne D. Gremler, 2009, pág. 53)

A causa de lo anterior, podemos notar la importancia del servicio como objeto de negocio en una empresa, dado que cualquiera puede opinar de un producto y de sus cualidades, dependiendo de la marca, calidad del producto y su durabilidad, pero cuando se trata de un servicio como objeto de venta por la empresa, es distinto y mucho más objetivo, porque las opiniones se basan en experiencias vividas, lo cual pesa mucho más al momento de tomar una decisión de compra, de lealtad, de opiniones a terceros,

RETIROS

Se podría decir que un retiro es el abandono que hace un cliente a la empresa y que casi siempre se convierte en un ingreso para la competencia, pero ¿por qué se dan estos retiros?

Según la norma ISO 9000:2000, define como

“La satisfacción del cliente se considera como el grado en que se cumplen sus expectativas con relación a un producto y el nivel de dicho producto satisface sus necesidades, lo cual da como resultado una ventaja competitiva”

En un mercado de competencias donde existen muchas empresas similares en productos lo que importa es mantener al cliente, ya que un cliente que se va es dinero saliendo de nuestra cartera, y son esas expectativas las que inciden en el retiro del cliente, ejemplo: tomemos insecticidas conocido “RAID” y su lema es “los mata tan rápido que se ven caer”, entonces la expectativa del cliente es ver caer los insectos al rociar el insecticida, ahora tomemos a “COORDINADORA” y su lema es “recoge y entrega contra reloj”, entonces la expectativa sería que en el menor tiempo posible transportes las encomiendas.

Visto que en lo anterior mencionado, se presentan dos expectativas de lo ofrecido con relación a dos tipos de empresas, entonces el retiro dependerá del cumplimiento de esas expectativas, entonces expectativas cumplidas: lealtad, expectativas no cumplidas: retiros

Para resumir

“La exigencia competitiva de los mercados hace que el servicio sea un elemento diferencial que genera valor a las organizaciones, que buscan la satisfacción del cliente y fidelizarlo” (Guerrero German Rubio & Uribe Macias Mario Enrique, 2013, pág. 18)

CONCLUSIONES

Es necesario mantener las expectativas del cliente satisfechas, y para esto se debe investigar las opiniones y experiencias de los mismos por medio de un estudio del cliente

La ventaja de poder hablar frente a frente con nuestros clientes consiste en que todo el menú de las reacciones humanas queda abierto ante nosotros, a diferencia de la encuesta telefónica o escrita, podemos observar las reacciones de quien responde ante nosotros, uno puede ver cuando se frunce el entre cejado o se arruga la frente (Karl Albrecht & Lawrence J. Bradford, 1992, pág. 120).

Para disminuir las PQR y los retiros, generando fidelización y crecimiento empresarial, se debe conocer lo que el cliente quiere, espera, y rechaza del servicio.

JUSTIFICACIÓN

Dentro de las ramas de TORRES GUARIN ASESORES DE SEGUROS, se encuentra SEGUROS DE VIDA SURAMERICANA EMPRESARIOS, en el cual se realiza recaudo de primas mensuales a empresas que tiene convenio con nosotros, por concepto de seguros de vida a empleados, partiendo de lo anterior están los empleados de las empresas aseguradas a los cuales de su salario mensual se le descuenta un valor de prima por libranza, mencionado lo anterior, el recaudo se realiza por medio de correos electrónicos, llamadas y en casos especiales de manera

presencias (los pagos se realizan por medio bancario y se deben presentar los soportes) y el servicio al cliente se realiza en las instalaciones de la compañía o por medio de llamadas telefónicas.

De lo anterior mencionado, se quiere sacar al campo la atención al cliente, para mejorar la percepción de los mismos dándoles importancia a sus opiniones e inquietudes, buscando el beneficio entre las partes involucradas, como se puede notar dentro de las empresas vinculadas los trabajadores deben cumplir con un horario de trabajo, el cual lo es el horario de oficina de la empresa TORRES GUARIN lo cual dificulta el traslado de su puesto de trabajo para ir en busca de asesorías, respuestas e inquietudes, por lo que en un final optan por presentar una PQR o en el peor de los casos presentando una solicitud de retiro.

Siguiendo con el tema, la empresa TORRESGUARIN es un intermediario de seguros, entonces el principal sustento es el recaudo y venta de nuevas pólizas, así pues si la cartera disminuye el recaudo se verá afectado de manera negativa, por tal motivo es importante, mantener al cliente, vincular nuevos clientes, disminuir PQR y retiros, con ésta propuesta se podrán conocer las opiniones y fortalecer el conocimiento del servicio comprado, y a su vez generar una buena imagen de la empresa y un servicio de calidad para nuestros afiliados a seguros de vida SURA.

Tomemos en cuenta el ejemplo de ⁴BANCOLOMBIA, calificada por sus clientes y usuarios como una de las empresas con mejor servicio al cliente prestado de Colombia, la cual se ha preocupado por dar un excelente servicio, que se ven representados en una banca virtual, horarios accesibles, varias sucursales, asesorías personalizadas en sus instalaciones, sillas

⁴ Tomado de : <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/10-empresas-mejor-servicio-cliente-140664>

cómodas para evitar filas, entre otros y que además genera servicios de educación financiera en empresas, universidades, colegios y demás.

De lo anterior, quizás no se puedan hacer todo ese tipo de mejoras, pero en menor escala se toma en cuenta la calidad del servicio y su atención personalizada, con el fin de tener una referencia a seguir, ya que en este año se viene presentando la problemática en la baja producción de pólizas de vida SURA EMPRESARIOS, así como los retiros de los asegurados actuales, en desde las oficinas y de manera telefónica no se pueden hacer gestiones asertivas, solo limitarnos a escuchar problemáticas o malos comentarios de los que logran llegar y presentar algún solicitud, a eso se le añade que existen otras intermediarias en el mercado que pueden detectar nuestra debilidad y quitarnos los negocios.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Torres Guarín Y Cía. Ltda. Es una empresa Colombiana asesora de seguros con altos estándares de calidad que se ha caracterizado por su dedicación, calidez humana y excelencia en la prestación del servicio.

MISIÓN

Somos una empresa especializada en la comercialización de seguros masivos, que brindamos bienestar a nuestros clientes y sus familias; con altos estándares de calidad, apoyados en un equipo de trabajo íntegro y proactivo.

VISIÓN

En el 2020 ser reconocido como el intermediario especializado en asesoría en seguros masivos y generales.

CERTIFICACIÓN

Gracias al empeño y dedicación de todo el grupo de trabajo, el 2 de diciembre de 2009 Torres Guarín y Cía. Ltda. Se certifica en la norma ISO 9001 2008, con alcance en ese entonces en asesoría, administración, comercialización e intermediación de seguros de vida grupo en Manizales.

Tanto en el 2010 como en el 2011 se realizaron auditorias de seguimiento para continuar con la certificación en el año 2012 en donde se recibió la recertificación de la norma ISO 9001 2008, con alcance en asesoría, administración de pólizas de seguros y gestión de siniestro a nivel nacional y comercialización en la ciudad de Manizales.

En los años 2013 y 2014 se ha tenido auditoria de seguimiento y se ha trabajado duro con ayuda de todo el equipo de trabajo con mucho empeño y dedicación, para continuar con la recertificación en el año 2015.⁵

VALORES INSTITUCIONALES

LEALTAD

El Talento Humano de Torres Guarín y Cía. Ltda. Asesores de Seguros demuestra fidelidad, acatamiento y confianza hacia la organización, buscando con esto el camino a la excelencia, enfocada en la satisfacción de nuestros clientes.

⁵ GENERALIDADES DE LA EMPRESA TOMADO TEXTUALMETE DE: <http://www.torresguarin.com.co/>

HONESTIDAD

En Torres Guarín y Cía. Ltda. Asesores de Seguros, se hace uso adecuado de los recursos y las facultades delegadas, brindando siempre lo mejor de nosotros. Se actúa con base en la decencia y la moderación.

ÉTICA

El Talento Humano de Torres Guarín y Cía. Ltda. Asesores de Seguros, actúa consecuentemente según las normas y principios organizacionales y legales, conservando los propios estándares personales y profesionales. Preservando la moral y tradición de empresa tanto a nivel nacional como internacional.

RESPECTO

Torres Guarín y Cía. Ltda. Asesores de Seguros, promueve el trato justo, una escucha atenta y unas relaciones claras y transparentes, fomentando el desarrollo de las capacidades y talentos de los individuos para el logro de su realización personal.

RESPONSABILIDAD

En Torres Guarín y Cía. Ltda. Asesores de Seguros, nos preocupamos por el impacto económico y social de nuestra actividad, cumpliendo con el deber asignado por la organización y la asesoría adecuada a nuestros clientes y sus beneficiarios.

NUESTRAS CEDES

Santa marta, Yopal, Valledupar, Tunja, san Andrés, Riohacha, Popayán, pasto, Neiva, Medellín, Manizales, Ibagué, Florencia, Bogotá, Barranquilla, montería

NUESTROS SERVICIOS

- ✓ Responsabilidad Civil Extracontractual
- ✓ Póliza Exequias
- ✓ Cáncer
- ✓ Vida Grupo Educadores
- ✓ Vida Grupo Empresarios
- ✓ Vida Grupo Vigilantes
- ✓ Todo Riesgo Vehículo
- ✓ SOAT
- ✓ Póliza de Hogar
- ✓ Accidentes Escolares
- ✓ Póliza Manejo Sector Educativo – Oficial
- ✓ PYME

NUESTROS ALIADOS



CONVENIOS DE PAGO



DESCRIPCION DETALLADA DEL PROCESO Y DE LOS SUB PROCESOS

SELECCIONADOS PARA APLICAR EL TRABAJO

Seguros de vida grupo empresarial SURA



El seguro de Vida Grupo Empresarios sura en alianza con la cámara de comercio, es una póliza diseñada para brindar beneficios adicionales a las empresas inscritas, inscritas renovadas y afiliadas a la entidad, con coberturas básicas de vida que se hacen extensivas al asegurado principal y su cónyuge, en donde el éxito radica en la apertura de canales de descuento directamente en la nómina de las empresas inscritas en la cámara de comercio.⁶

Esta póliza tiene como amparos básicos

- ✓ Incapacidad total y permanente

⁶ TOMADO DE: <https://www.torresquarin.com.co/vida-grupo-empresarios/>

- ✓ Vida básico
- ✓ Fallecimiento accidental y beneficios por desmembración por accidente.
- ✓ Enfermedades graves.
- ✓ Exequias.
- ✓ Rentas hospitalarias

Entre otros beneficios que año tras año se van renovando dependiendo la necesidad del cliente y los nuevos procedimientos clínicos que se presentan, así como otras enfermedades y tipos de cáncer que se tienen en cuentas para reclamaciones de siniestros.

GESTIÓN DE PÓLIZAS SURA EMPRESARIOS

Después de aclarar y dar a entender el servicio para esta propuesta de estudio, se describirán los procesos y actividades que se llevan a cabo dentro del mes con relación a la póliza de SURA y sus asegurados.

1. en el primer día hábil de cada mes, se ingresa al sistema interno de la empresa, se genera, se verifica y se imprime la cuenta de cobro correspondiente a cada pagaduría asociada sura y su póliza de vida grupo, en donde se presenta un listado detallado del nombre, cedula y valor de prima de todos los trabajadores asegurados, con el fin de ser totalmente claros y transparentes al momento de que se realice el pago por libranza, y se complementan con listado de novedades ingreso-modificación-retiro que se presentaron durante el mes vencido.
2. En los siguientes diez días hábiles del mes, el colaborador de la empresa casa limpia contratado por la empresa para las labores de aseo y mensajería distribuye las cuentas de cobro y radica los recibidos, regresando a la empresa cualquier carta o solicitud (retiros)

que le sean entregados, para que la pagaduría tenga el tiempo suficiente de realizar los pagos dentro de las dos primeras semanas del mes en curso.

3. Durante los siguientes días se hacen llamadas de seguimiento y control de pagos en mora, por medio de un informe de conciliación que la empresa suministra después de cargar los pagos, el cual se le hace gestión de pago oportuno para no darse por cancelado el contrato, y es en ese informe donde se relacionan las empresas que pagan mes vigente y cuales mes vencido, también se atienden las solicitudes, quejas y reclamos que se presenten en la agencia, incluyendo también la gestión de siniestros que se den entre los asegurados, y por último se solicitan los transportes, por medio de una planilla de transportes urbanos, para realizar los recaudos.
4. En las dos últimas semanas del mes, el colaborador de casa limpia recoge los pagos y soportes de cada empresa para ser legalizados y relacionados en el historial de pagos de la empresa. y dentro del informe de conciliación, realizando de igual manera la solicitud de transportes para la entrega de las próximas cuentas de cobro.

Las principales empresas con las que se tienen convenios son:

- ✓ Transportes bastidas
- ✓ Clínica mar caribe
- ✓ Motel la hacienda
- ✓ Inversiones las palmas
- ✓ Pronto distribuciones
- ✓ Inversiones las palmas –bomba
- ✓ Hielo indurod
- ✓ Repautos

- ✓ Almacén punto center
- ✓ Serví centro willian
- ✓ Cuidado critico
- ✓ Centro ganadero frigorrodeo
- ✓ Hotel playa dormida
- ✓ Comercializadora bedoya y Giraldo
- ✓ Distribuidora la economía
- ✓ Plásticos js

DIAGNÓSTICO

Después de mencionar las generalidades del proceso anterior, se presentarán las problemáticas que se buscan solucionar, para que así se logre cumplir con el total de los objetivos específicos mencionados al inicio del escrito, así pues se colocaran palabras precisas para cada problemática.

Para comenzar llamemos a este problema “ descuido-cliente”, no basta con ver al cliente como una fuente de efectivo, pues éste es mucho más que eso, así pues, el cliente no es quien se debe amoldar a nuestras políticas...por el contrario...nosotros amoldarnos a sus necesidades,

Horarios: en TORRES GUARIN, los horarios de atención al cliente son de 7:00am a 12:00m y de 1:00pm a 5: 00pm, por tal motivo para un cliente es casi imposible llegar a las oficinas en busca de orientación, actualización del servicio, o simplemente para saber el estado de su póliza, y pedir permiso dentro de sus labores no es una opción, por tal motivo se sienten olvidados, inseguros, desconfiados y en muchas ocasiones engañados, porque solo vieron al relacionista

comercial cuando vendió la póliza y nunca más volvieron a saber algo respecto a su seguro de vida.

Beneficios: año tras año la aseguradora actualiza sus beneficios en sus pólizas de vida, teniendo en cuenta las necesidades de sus asegurados y nuevas enfermedades lo que las hace más completas y atractivas, se pudo evidenciar que en una gran parte de asegurados tiene pólizas antiguas, en donde beneficios como rentas por hospitalización, post hospitalización, enfermedades graves, entre otras más que no estaban dentro del plan de seguros, y que pueden ser aprovechados y reclamados en vida, esto genera la percepción: de que solo se podía sacar provecho del seguro una vez se fallece, lo que a su vez se transformaba en retiros.

Educación en seguros: se encontró que los asegurados conocían de su condición y relación con la empresa, mas no sabían sobre el mundo de los seguros, lo cual los dejaba sin ningún cimiento o bases para contrarrestar comentarios negativos, o dejarse persuadir por medio de engaños de otros asesores, los cuales les ofrecían servicios falsos por un mejor valor de prima, lo que en final dejaba inseguro al cliente o en el peor de los casos son engañados.

Atención personalizada: no es lo mismo atender un grupo que atender a un individuo... pues al atender de manera personal se crea un vínculo de confianza, entonces se pudo notar que durante las visitas que se hacían para recaudo o entrega de cuentas de cobro existía cierto temor o vergüenza por hacer preguntas o pedir aclaraciones, lo cual conllevaba a solicitudes por escrito de PQR, además se debe aclarar que cuando un cliente se atiende de manera personalizada, se pueden aprovechar nuevos negocios y obtener referidos.

Sentido de pertenencia: para las pagadurías (empresas vinculadas con el seguro de vida a trabajadores) es de vital importancia saber que nos preocupamos por los empleados y por su bienestar mucho más que por sus pagos por libranzas, así pues es claro que las empresas asociadas nos ven como unos cobradores y no unos servidores de seguros generales, que estamos disponibles para solucionar problemas o inquietudes.

PROPUESTA

Gestión-Confianza: el seguro de vida suramericana, está ligado a una empresa, la cual hace el convenio de descuento por medio de libranzas, de cada uno de sus trabajadores que tomo la póliza de vida, por tal motivo es de suma importancia tener una relación de confianza con la persona encargada de los descuentos de nómina, y el jefe directo.

Teniendo en cuenta lo anterior, se implementara la estrategia de visitas regulares, para que nuestra presencia sea más familiar, seamos identificados, y se pueda tener la información de nuevos empleados... pequeños detalles, tales como implementos de oficina, calendarios, u otros utensilios de hogar, con el fin de crear la sensación de reciprocidad por el servicio que nos dejan vender en su empresa... participación en actividades relacionadas con la empresa, como servicio social, donaciones, acto de presencia en fiestas de empleados, entre otros para lograr un neuromarketing⁷...

Gestión- Información: en este punto se determinarán a los empleados asegurados actualmente, analizando su nivel de ingreso, su núcleo familiar, quejas, inquietudes, y opiniones sobre el

⁷ analiza los niveles de emoción, atención y memoria según los estímulos percibidos de forma consciente o subconsciente

servicio prestado, y con esta información crear una estrategia de actualización y mejoramiento de pólizas.

De igual manera se identificarán los nuevos empleados, que son nuestro mercado potencial para el aumento significativo de la cartera actual, a ellos se le creará la expectativa de una próxima visita, dándoles a entender que ellos necesitan de nuestros servicios, compartiéndoles brevemente un resumen de la póliza.

Una vez se tenga esta información, se procederá a analizar los beneficios actuales de cada asegurado en el sistema de la empresa, por los que cancelan una prima mensual vs la nueva póliza que se encuentra en el mercado, recopilando y haciendo una base de datos entendible para el cliente.

Gestión-Presentación: teniendo en cuenta los dos puntos anteriores, se procederá a recopilar y organizar toda la información sobre la póliza a vender, ayuda ventas y folletos para entregar a los trabajadores, copias de los beneficios de la póliza que poseen en la actualidad, formatos de pólizas y libranzas para la venta asertiva, y por último una explicación sustanciosa y resumida de la presentación, para no aburrir a los asistentes y ser claro.

Gestión-seguimiento: para terminar, se harán visitas de control a los beneficiarios, para fidelizar y tomar nuevos referidos y presentar otros servicios.

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

PRONTO DISTRIBUCIONES, es una empresa mayorista en venta de víveres y abarrotes actualmente asegurada con el seguro de vida EMPRESARIOS SURA, se encuentra ubicada en el

sector del mercado público de santa marta con aproximadamente 30 empleados entre administrativos y operarios.

en esta empresa, se realizaron visitas periódicas durante finales del mes de abril y principios del mes de mayo, en donde se pudo acercamiento y amistad con la contadora DUTHBERLY LUBO que es la contadora y encargada de la nómina , siendo ella la directamente responsable de los descuentos para el pago del seguro permisos , entre otras actividades.

Siguiendo con lo anterior, en esas visitas se entregó la cuenta de cobro del mes, y se presentó la oportunidad de colaborar con la empresa apoyando al equipo de futbol en un campeonato, con el obsequio de camisetas, por otra parte durante las visitas se evidencio que el administrador de PRONTO DISTRIBUCIONES era nuevo, y él quería quitar carga de responsabilidades de terceros retirando el convenio con TORRES GUARIN porque no tenía referencia alguna de un representante.

Otra novedad encontrada correspondió a la asegurada FLOR JIMENEZ, la cual se encontraba hospitalizada por un cáncer, y ella no sabía que podía presentar reclamación por esa enfermedad, tenía la creencia que ese seguro solo lo reclaman cuando se fallece y no en vida, se retroalimentó a los asegurados sobre ese beneficio y además se hizo gestión y acompañamiento para presentar una reclamación por cáncer a SEGUROS DE VIDA SURA.

CONCEPTO: LIQUIDACIÓN DE SINIESTROS, RECIBO DE EGRESO NRO. 4993450

suramericana



CIUDAD Y FECHA DE EXPEDICIÓN PEREIRA, 04 DE JULIO DE 2017		PLACATISSO 3	RAMO 083	PLAN 066
PÓLIZA 083001107237	NÚMERO DE EGRESO 4993450	SINIESTRO 0830099743439		
TOMADOR Pronto Distribuciones E.U.		IDENTIFICACIÓN AB190057778		
AFILIADO / SUBSCRITOR		IDENTIFICACIÓN		
PÁGASE A / RECIBIDOS DE Flor María Jimenez Bayona		IDENTIFICACIÓN C32699339		
PERSONADO		Nº PERSONADO	CÓDULA	
NOMBRE DEL SOLICITANTE O ASEGURADO Flor María Jimenez Bayona		TELÉFONO 4303485	CÓDULA C32699339	
FORMA DE PAGO MANIZALES SUCURSAL EMPRESARIAL		FECHA DE PAGO 04-JUL-2017	MÉDIO DE PAGO GERENCIA ELECTRONICA	
OFICINA DE RESOLUCIÓN MANIZALES SUCURSAL EMPRESARIAL		OFICINA DE RADIACIÓN MANIZALES SUCURSAL EMPRESARIAL		
DESESTIMA	VALOR	DESESTIMA	VALOR	DESESTIMA
10.000.000	0	0000	0	0000
DOCUMENTO DE PRODUCCIÓN 94588650 DE 01-AGO-2016		SUCURSAL 0000	BANCO BANCO BBVA	
VALOR NETO 10.000.000		VALOR A PAGAR EN LETRAS DIEZ MILLONES DE PESOS M/L		CÓDIGO XXXXX7544

Observaciones: ENFERMEDADES GRAVES

POR MEDIO DE ESTE DOCUMENTO DECLARO:

- QUE HE RECIBIDO DE SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. LA SUMA DEL CUADRO VALOR NETO.
- QUE SI SE INDICA QUE EL PAGO ES FINAL, SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. QUEDA A PAZ Y SALVO CON MOTIVO DE ESTE SINIESTRO.
- QUE RECONOZCO Y ACEPTO EN TODAS SUS PARTES LA LIQUIDACIÓN Y PAGO ANTERIORES Y QUE EN VIRTUD DE LOS CUALES SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. QUEDA SUBROGADA EN MIS DERECHOS CONTRA TERCEROS RESPONSABLES Y EXTINGUIDAS SUS OBLIGACIONES PARA CONMIGO POR CONCEPTO DE ESTE SINIESTRO.

AUTORIZO		Mayull De La Concepcion Blanco Salazar		Flor María Jimenez Bayona		FIRMA Y SELLO CAJA	
		ELABORO		FIRMA BENEFICARIO		IDENTIFICACIÓN: 083009939	
DOCUMENTO AFECTADO 94588650	PRODUCTOR 20542	FECHA SINIESTRO 11-ABR-2017	FECHA PAGO 16-JUN-2017	FECHA LIQUIDACIÓN CENTRAL 16-JUN-2017	FECHA OPERACIÓN 04-JUL-2017	CLASE OPERACIÓN 507	

PARTICIPACIÓN DE INTERMEDIARIOS				
CÓDIGO	NOMBRE DEL PRODUCTOR	CONTRATO	FECHA OPERACIÓN	FECHA LIQUIDACIÓN
20542	TORRES GUARIN Y CIA. LTDA. AGENTES DE SEGURO	Seguros Generales Suramericana S.A.	04-JUL-2017	16-JUN-2017

PARA EFECTOS DE CUALQUIER NOTIFICACIÓN LA
DIRECCIÓN DE LA COMPAÑÍA ES:
CL 15 # 15 - 110

Seguros Generales Suramericana S.A.

SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A.
R.T. 500.903.407-4
RESPONSABLE DE IMPUESTOS SOBRE LAS VENTAS (IGMV) COM/IV

www.suramericana.com

Página 1

El certificado anterior corresponde al pago del amparo de enfermedades graves, que se gestionó para la asegurada FLOR JUMENEZ.

Con relación a las situaciones mencionadas anteriormente, y una vez ganada la confianza y referencia de gestión humana y nomina, se solicitó un espacio con los trabajadores para socializar la nueva póliza de SURA EMPRESARIOS, a lo cual fuimos correspondidos con un espacio para el día 24 de mayo, sin ninguna necesidad de pasar un escrito formal, al presentarse la fecha se pidió la ayuda del relacionista comercial y acompañamiento de la directora de agencia, se notó que los trabajadores poseían una buena actitud y fueron tomadas su solicitudes, quejas y opciones de mejora, cara a cara con el cliente se presenta la póliza de SURA EMPRESARIOS VS su póliza actual, entregándoles un ayuda ventas y una presentación de sus beneficios, con la finalidad de actualizarlas e ingresar a nuevas persona, durante lo anterior, se les entregó un pequeño refrigerio y se pidió participación de ejemplos cotidianos para entender mejor el ¿cómo? aplicaba la póliza, teniendo una buena participación de las personas y un acercamiento con todos.

RESULTADOS DE DESARROLLO DE LA PROPUESTA

- ✓ En el mes de mayo el valor de la cuenta de cobro era de \$260.656, y el nuevo valor para el mes junio después de la propuesta de mejora fue de \$515.765, faltando solo \$5.547 para lograr una efectividad de venta o recaudo del 100%
- ✓ El aumento de \$255.109 se logra por medio de:

NOMBRES Y APELLIDOS	NOVEDAD	VALOR ANTIGUO	VALOR ACTUAL
EDGARDO BERMUDEZ	AUMENTO	45945	49105
DUTHBERLY LUBO	AUMENTO	3754	75092
JUAN PALOMINO	AUMENTO	29147	75092
SONIA RUBIANO	AUMENTO	20353	58294
LUZ MERIS LOPEZ	INGRESO		11559
GUSTAVO MARTINEZ	INGRESO		4070
KELLY PAREDES	INGRESO		3754
OSCAR QUINTO	INGRESO		20353
LEONARDO TEJEDA	INGRESO		20353

Se presenta cuenta de cobro de PRONTO DISTRIBUCIONES, antes de la implementación de la propuesta.

Torres Guarín
ASESORES DE SEGUROS
SEDE: 1975

890803304-1

Santa Marta, 2 de Mayo de 2017

TG 2127

PRONTO DISTRIBUCIONES S.A.

Dirección: C.U. 849-73

Teléfono: 4236163

Cordial Saludo.

TORRES GUARÍN Y CIA LTDA - ASESORES DE SEGUROS

Se permite comunicar que
PRONTO DISTRIBUCIONES S.A.

Debe transferir o consignar por concepto de primas recaudadas correspondientes al seguro de Vida Grupo tomado con la Compañía SURA, referenciadas a continuación dentro de los primeros 10 días de cada mes, con el fin de mantener activa la póliza de cada uno de sus asegurados. La consignación o transferencia debe hacerse a la cuenta corriente No. 07300877298 de BANCOLOMBIA, a nombre de Seguros de Vida Suramericana, para la respectiva Legalización a de la compañía. A continuación la relación y el detalle del pago:

Descuento del Mes de: Mayo de 2017		Vigencia del mes de: Junio de 2017		
APELLIDOS	NOMBRES	CEDULA	DESCUENTO	POLIZA
- ARSLUZA ACOSTA *	CARLOS MIGUEL	65.466.028	29.147 *	537647
- BERMUDEZ CASPERA *	EDGARDO ENRIQUE	7.600.782	45.945 *	537647
- CAMARGO FRANCO *	JACQUELINE DEL	36.565.709	23.821 *	461669
- JIMENEZ BAYONA *	FLOR MARIA	32.699.339	20.353 *	537647
- LLOBO MORALES *	DUTHEERLY LYNED	36.724.818	37.546 *	537647
- NAVARRO BLANCO *	PATRICIA	57.429.769	54.344 *	537647
- PALOMINO BANCERA *	JUAN CARLOS	12.555.500	29.147 *	537647
- RUBIANO DIAZ *	SONIA YAMILE	38.048.452	20.353 *	537647
		TOTAL	260.656	

Cordialmente,

Torres Guarín

Dirección:
TORRES GUARÍN Y CIA LTDA.
 Asesores de Seguros

PRONTO DISTRIBUCIONES S.A.
 NIT. 819.005.777-8

PRONTO DISTRIBUCIONES S.A.

Pedro Pérez Barrera
 1083008073

SEDE: SANFE - Carrera 4 No. 23B - 40 Oficina 503 Barrio de Bogotá. Teléfono: 4317685
 Correo Electrónico: santamarta@torresguarin.com.co. Línea Atende 018000916325

Se presenta cuenta de cobro de PRONTO DISTRIBUCIONES, después de la implementación de la propuesta.

Torres Guarín
Asesores de Seguros
DESDE 1978

890803304-1
Santa Marta, 1 de Junio de 2017
TG_2128_
PRONTO DISTRIBUCIONES S.A.
Dirección: CLL 8#9-78
Teléfono: 4236163
Cordial Saludo.

TORRES GUARIN Y CIA LTDA - ASESORES DE SEGUROS

Se permite comunicar que
PRONTO DISTRIBUCIONES S.A.

Debe transferir o consignar por concepto de primas recaudadas correspondientes al seguro de Vida Grupo tomado con la Compañía SURA, referenciadas a continuación, dentro de los primeros 10 días de cada mes, con el fin de mantener activa la póliza de cada uno de sus asegurados. La consignación o transferencia debe hacerse a la cuenta corriente No. 07300877298 de BANCOLOMBIA a nombre de Seguros de Vida Suramericana, para la respectiva Legalización a de la compañía. A continuación la relación y el detalle del pago:

Descuento del Mes de: Junio de 2017		Vigencia del mes de: Julio de 2017		
APELLIDOS	NOMBRES	CEDULA	DESCUENTO	POLIZA
- ARSUZA ACOSTA	CARLOS MIGUEL	85.468.028	29.147 *	537647
- BERMUDEZ CABRERA	EDGARDO ENRIQUE	7.600.782	49.105 *	537647
- CAMARGO FRANCO	JACQUELINE DEL	36.565.709	23.821 *	461699
- JIMENEZ BAYONA	FLOR MARIA	32.699.339	20.363 *	537647
- LOPEZ BARON	LILY NERYS	1.063.008.873	11.569 *	537647
- LUBO MORALES	DUTHEERLY LYNED	36.724.818	75.092 *	537647
- MARTINEZ OCHOA	GUSTAVO ADOLFO	73.376.572	40.706 *	537647
- NAVARRO BLANCO	PATRICIA	57.429.709	54.344 *	537647
- PALOMINO BANDERA	JUAN CARLOS	12.555.500	75.092 *	537647
- PAREDES RODRIGUEZ	KELLY JOHANNA	1.082.894.937	37.546 *	537647
- QUINTO OLIVEROS	OSCAR J	1.082.891.087	20.363 *	537647
- RUBIANO DIAZ	SONIA YAMILE	39.048.452	53.294 *	537647
- TEJADA PUELLO	LEONARDO ANDRES	84.453.078	20.363 *	537647

Recibido 06-2017
01- Rubiano

SANTA MARTA - Carrera 4 No 23B - 40 Oficina 500 Centro de Bogotá. Teléfono: 4017665
Correo Electrónico: santamartera1@torresguarin.com.co. Línea Avulsa: 018000916926

1

- ✓ Se logró que los trabajadores validaran el acompañamiento que se estaba haciendo con el caso de la señora FLOR JIMENEZ.

CONCEPTO: LIQUIDACIÓN DE SINIESTROS, RECIBO DE EGRESO NRO. 5002362

suramericana

CIUDAD Y FECHA DE EXPEDICIÓN: **PEREIRA, 01 DE AGOSTO DE 2017**

PLACA: **083001107237** RECIBO DE NÚMERO: **5002362** BRUTO DE: **0830099751084**

PLACA: **19** RAZO: **083** PLAN: **066**

EMISOR
Pronto Distribuciones E.U.
 AFIJADO / SUBSCRIPCIÓN

IDENTIFICACIÓN
A8190057770
 IDENTIFICACIÓN

PAGSE A / BENEFICIARIO
Irene Bayona De Jimenez
 IDENTIFICACIÓN
C26401451

LOS DATOS

SEÑALADO CÉDULA

NOMBRE DEL SOUSCRIPANTE O ASEGURADO
Flor Maria Jimenez Bayona
 CÉDULA
4303485 CÉDULA
C32699339

FECHA DE PAGO
01-AGO-2017
 MEDIO DE PAGO
CAJA

ORIGEN DE RECLAMACIÓN
APRENDICES
MANIZALES SUCURSAL EMPRESARIAL

DESCRIPCIÓN	VALOR	DEBIDO A	CON	RENTA	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
CARGOS DE COMISIONES	2.000.000	0	0000													
VALOR	10.000.000	0	0000													
SEGUROS A LA EDUCACIÓN	7.000.000	0	0000													
SEGUROS A LA EDUCACIÓN	7.000.000	0	0000													

DOCUMENTO DE PRODUCCIÓN
94588650 DE 01-AGO-2016

VALOR NETO
19.000.000

VALOR A PAGAR EN: PTAS
DIECINUEVE MILLONES DE PESOS M/L

Observaciones: PAGO DEL SEGURO DE VIDA SEGUN DESIGNACION

POR MEDIO DE ESTE DOCUMENTO DECLARO:

1. QUE HE RECIBIDO DE SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. LA SUMA DEL CUADRO VALOR NETO.

2. QUE SI SE INDICA QUE EL PAGO ES FINAL, SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. QUEDA A PAZ Y SALVO CON MOTIVO DE ESTE SINIESTRO.

3. QUE ENTENDIENDO Y ACEPTO EN TODAS SUS PARTES LA LIQUIDACIÓN Y PAGO ANTERIORES Y QUE EN VIRTUD DE LOS CUALES SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A. QUEDA SUBROGADA EN MIS DERECHOS CONTRA TERCEROS RESPONSABLES Y EXTINGUIDAS SUS OBLIGACIONES PARA CONMIGO POR CONCEPTO DE ESTE SINIESTRO.

AUTORIZO **ELABORO** **SEÑALADO** **SEÑALADO**

DOCUMENTOS AFECTADOS **PRODUCTOS** **FECHA SINIESTRO** **FECHA ASES** **FECHA LIQUIDACIÓN CENTRAL** **FECHA OBSERVACIÓN** **CLASE**

94588650 **20542** **01-JUL-2017** **31-JUL-2017** **31-JUL-2017** **01-AGO-2017** **907**

PARTICIPACIÓN DE INTERMEDIARIOS

CÓDIGO	NOMBRE DEL PRODUCTO	COMISIÓN	CATEGORÍA	TARIFA
20042	TORRES GUARIN Y CIA. LTDA. ASESORES DE SEGURO	Seguros Generales Suramericana S.A.	AGENCIAS	100,00

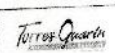
PARA EFECTOS DE CUALQUIER NOTIFICACIÓN LA
DIRECCIÓN DE LA COMPAÑÍA ES
ORA 505 N 100

Seguros Generales Suramericana S.A.

SEGUROS GENERALES SURAMERICANA S.A.
400 190 000 000
RESPONSABLE DE NEGOCIOS SOBRE LAS VENTAS REGIONALES
www.suramericana.com **Página 1**

Para terminar con la propuesta, la señora FLOR JIMENEZ se le cancelo un porcentaje de su seguro de vida, pero a finales del mes de junio la asegurada lastimosamente fallece, y de igual manera se realiza el acompañamiento para que la aseguradora pagara el porcentaje restante que corresponde al certificado anterior, por otra parte la gestión de acompañamiento está vigente actualmente y se está haciendo acompañamiento en un reclamo del por rentas hospitalarias del asegurado JUAN PALOMINO.


COP-001-01-0416 Versión 02 Vigente desde: 01/01/2015


SURA - RECLAMACIONES DE SINIESTROS

RENTA DIARIA POR HOSPITALIZACIÓN

Nombre del Cliente: Juan Palomino Edad de Ciudadanía: 12.55 años
 No. Del Certificado: 1980461

1. Fotocopia legible del historial de la póliza del asegurado principal.	✓
2. Fotocopia autenticada y ampliada al 150% del documento de identidad del asegurado.	✓
3. Fotocopia de la historia Clínica COMPLETA dos años atrás del asegurado.	✓
4. Certificación de la entidad hospitalaria que indique la fecha de ingreso y egreso.	✓
5. copia de la incapacidad médica posterior a la hospitalización.	✓
6. Formulario de reclamación para evaluación de vida y salud diligenciado con letra legible y sin tachaduras, ni enmendaduras.	✓


 Juan Palomino
 Representante Legal
 21-5-87
 1980461
 1980461

Cliente interesado en Adquisición de Seguro de Vida, por favor comunicarse en Casa Matón de Casa Matón
 Teléfono: 011-2611-1111
 Correo electrónico: ventas@torresgarza.com
 Póliza de Seguro de Vida: 1980461

DESARROLLO DE LA PROPUESTA EN FRIGORRODEO Y EN HOTEL PLAYA DORMIDA

FRIGORRODEO COMERCIALIZADORA CARNICA, o como es conocido en santa marta “el matadero de gaira” es una empresa que sacrifica y comercializa carne de res, con aproximadamente ocho años de estar asegurada con seguros suramericana...HOTEL PLAYA DORMIDA, ubicado en bello horizonte, cerca al aeropuerto tiene aproximadamente cinco años asegurado.

Durante el mes de junio y julio, se están realizando visitas en estas dos empresas, y ya se logró hacer amistad con las dos personas encargadas de gestión humana de ambas empresas, se les hizo entrega de un pequeño detalle como agradecimiento de su colaboración, además se le dio a cada una presentación de la empresa y de todos los servicios que TORRES GUARIN tiene para la venta, de igual manera en una de tantas socializaciones se identificó que en ambas pagadurías estaban ingresando otras intermediarias que poco a poco y gracias a nuestro descuido, estaban quitando clientes de nuestra cartera.

Tomando en cuenta la situación mencionada con anterioridad, se elaboró un plan de contra ataque con una póliza de vida mejorada que pudiera hacer frente a lo que las otras empresas presentan... como era el caso de BBVA seguros y BANCOLOMBIA seguros, pero a nuestro favor se tenía la confianza de las personas de gestión humana, las cuales vieron atractiva y con buenos ojos nuestra póliza, compartiendo un espacio para presentar nuestro producto a los trabajadores, antes de que se presentaran las otras aseguradoras, en el caso de FRIGORRODEO para el 06 de septiembre y PLAYA DORMIDA para el 22 de septiembre.

En las fechas mencionadas anteriormente, se tendrá la ayuda del relacionista comercial y de la auxiliar administrativa de la agencia para ser más ágiles en el diligenciamiento de la póliza y de la presentación, usaremos ayuda ventas y documentos comparativos, así como obsequios para motivar a toma de la nueva póliza.

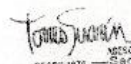
Torres Quirós
AGENCIA DE SEGUROS

SURA - RECLAMACIONES DE SINIESTROS

RENTA DIARIA POR HOSPITALIZACIÓN

Nombre del Cliente: JORGE BORJA Cédula de Ciudadanía: 1082 406 803
No. Del Certificado: 1630981

1. Fotocopia legible del historial de la póliza del asegurado principal	✓
2. Fotocopia autenticada y ampliada al 150% del documento de identidad del asegurado	✓
3. Fotocopia de la historia Clínica COMPLETA dos años atrás del asegurado.	✓
4. Certificación de la entidad hospitalaria que indique la fecha de ingreso y egreso	✓
5. copia de la incapacidad médica posterior a la hospitalización.	✓
6. Formulario de reclamación para soluciones de vida y salud diligenciado con letra legible y sin tachones, ni enmencaduras.	✓


 RECIBIDO PARA ESTUDIO,
 SUJETO A VERIFICACIÓN Y TRÁMITE
 FECHA: 12-08-2017
 HORAS: 2:12 PM
 NOMBRE LEGIBLE: Karla Aren
 FIRMA: Karla Aren

Cualquier inquietud o información adicional, favor comunicarse en Casa Matriz al Área Técnica

Teléfono fijo: 57 - 6 - 2565153 ext. 119

Correo electrónico: torresquir@torresquir.com.co

Página web: www.torresquir.com.co

Bibliografía

Guerrero German Rubio, & Uribe Macias Mario Enrique. (2013). *Modelo de gestion de la calidad en el servicio al cliente*. Ibagué: Editorial Universidad del Tolima.

Karl Albrecht, & Lawrence J. Bradford. (1992). *La Excelencia en el servicio*. Santafé de Bogotá: Legis.

Leppard John, & Molyneux Liz. (2003). *Cómo mejorar su servicio al cliente*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Zeithaml, V. A., Mary Bitner, & Dwayne D. Gremler. (2009). *Marketign de servicios*. Ciuda de Mexico: Mg Graw Hill.